

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *gastronomic festival attributes* terhadap *behavioral intention* di Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta. Objek penelitian terdiri dari dua variabel yaitu variabel X (variabel independen) dan variabel Y (variabel Dependen). Menurut (Sekaran & Bougie, 2016a) variabel penelitian adalah suatu nilai yang berbeda atau bervariasi. Nilai-nilai dapat berbeda pada waktu untuk objek yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek yang berbeda. Berdasarkan pengertian di atas, dapat dirumuskan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya

Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu *gastronomic festival attributes* (Variabel X) yang terdiri dari *location and signage* (X1), *program content* (X2), *perceived crowdedness* (X3), *price* (X4), *comfort* (X5), *entertainment* (X6). Sedangkan yang menjadi variabel dependen atau variabel terikat yaitu *behavioral intention* (Variabel Y).

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta yang berasal luar daerah Kabupaten Purwakarta. Metode dalam penelitian ini adalah *cross sectional method*. Merupakan sebuah penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian (Uma Sekaran, 2016).

#### **3.2 Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016a) penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu, biasanya karakteristik pasar atau fungsi. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang *gastronomic festival attributes*, *behavioral intention* dan hubungan antara *gastronomic festival attributes* dan *behavioral intention* di Wisata Kuliner Tjeplak

Purwakarta. Maka sesuai dengan objek penelitian di atas, penelitian ini akan menganalisis mengenai pengaruh *gastronomic festival attributes* terhadap *behavioral intention* di Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta.

Menurut (Uma dan Roger, 2016:44) penelitian verifikatif adalah sebuah penelitian yang dilakukan untuk membangun hubungan sebab dan akibat antar variabel. Penelitian verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis di lapangan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh *gastronomic festival attributes* dan gambaran mengenai *behavioral intention* pengunjung Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta.

Berdasarkan jenis penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan dalam pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang akan digunakan menggunakan metode *explanatory survey*. Berupa daftar pertanyaan seperti kuisisioner atau wawancara yang akan diajukan pada responden dari sebagian populasi yang diteliti.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel dilakukan dengan melihat dimensi dari perilaku, aspek atas properti yang dilambangkan dengan suatu konsep tertentu. Kemudian diterjemahkan ke dalam unsur-unsur yang dapat diukur dan diamati, sehingga dapat dikembangkan ke dalam indeks pengukuran konsep tersebut (Uma Sekaran, 2016).

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu variabel Independen (X) yaitu *gastronomic festival attributes* yang memiliki 6 dimensi yaitu *location and signage* (X1), *program content* (X2), *perceived crowdedness* (X3), *price* (X4), *comfort* (X5), *entertainment* (X6). Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu *behavioral intention* yang terdiri *revisit intention* dan *word-of-mouth*. Secara lebih rinci operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1.

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/sub variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
1	2	3	4	5	6
<i>Gastronomic</i>	“Aspek-aspek kunci yang dijadikan kekuatan terkuat untuk menarik dan				

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/sub variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
1	2	3	4	5	6
<i><b>Festival Attributes (X)</b></i>	memotivasi pelanggan dalam melakukan perjalanannya menikmati pengalaman kegiatan wisata apapun yang berkaitan dengan makanan, yang unik dan berkesan.” (Dimitrovski., 2016)				
<i><b>location and Signage</b></i>	Meliputi letak lokasi festival, ketersediaan lahan parkir dan papan petunjuk arah. (Dimitrovski., 2016)	Kemudahan akses transportasi dan ketersediaan lahan parkir pengunjung di lokasi festival.	Tingkat kemudahan akses transportasi pengunjung ke Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta.	Ordinal	1
		Lokasi festival	Tingkat kemudahan pengunjung dalam menemukan lokasi Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta.	Ordinal	2
		Ketersediaan papan petunjuk arah	Tingkat ketersediaan papan petunjuk arah	Ordinal	3
			Tingkat kejelasan papan petunjuk arah		4

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/sub variabel		Indikator	Ukuran	Skala	No item
1	2		3	4	5	6
<b>Program Content</b>	Festival kuliner berbeda secara signifikan karena isi program, dengan beragam dan kualitasnya program memungkinkan untuk mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung. (Dimitrovski., 2016)		Kemenarikan festival	Tingkat kemenarikan Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta	Ordinal	5
			Keberagaman makanan di festival	Tingkat keberagaman makanan yang tersedia di Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta	Ordinal	6
				Tingkat kemenarikan makanan yang tersedia di Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta	Ordinal	7
			Keberagaman acara di festival	Tingkat keberagaman acara dalam Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta	Ordinal	8
				Tingkat kemenarikan acara dalam Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta	Ordinal	9
<b>Perceived Crowdedness.</b>	Ketika jumlah orang dalam ruang terbatas membatasi atau mengganggu		Keramaian pengunjung lokasi	Tingkat keramaian Wisata Kuliner Tjeplak	Ordinal	10

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/sub variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
1	2	3	4	5	6
	aktivitas individu dan pencapaian tujuan, individu akan merasakan lingkungannya ramai. (Dimitrovski., 2016)	Kemudahan bertransaksi di lokasi festival	Purwakarta  Tingkat kemudahan bertransaksi di lokasi Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta pada saat ramai pengunjung.	Ordinal	11
		Kemudahan mengkonsumsi makanan di lokasi festival	Tingkat kemudahan mengkonsumsi makanan di lokasi Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta pada saat ramai pengunjung.	Ordinal	12
<b>Price</b>	Harga makanan dan minuman yang ada di acara kuliner tersebut. (Dimitrovski., 2016)	Kesesuaian harga yang diberikan dengan kualitas makanan dan minuman	Tingkat Kesesuaian harga yang diberikan dengan kualitas rasa makanan dan minuman	Ordinal	13
			Tingkat kesesuaian harga yang diberikan dengan porsi makanan dan minuman yang diberikan	Ordinal	14

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/sub variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
1	2	3	4	5	6
<b>Comfort</b>	Meliputi kenyamanan, kebersihan, atau memadai dalam hal ruang atau ukuran, persepsi festival gastronomi akan lebih positif. (Dimitrovski., 2016)	Kebersihan di area festival	Tingkat kebersihan di area Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta	Ordinal	15
		Keamanan di area lokasi festival	Tingkat keamanan di area Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta	Ordinal	16
<b>Entertainment</b>	Meliputi hiburan musik, tetapi bisa disesuaikan dengan permintaan pengunjung ataupun pihak penyelenggara Festival. (Dimitrovski., 2016)	Kemenarikan hiburan dan penampilan di area lokasi festival	Tingkat kemenarikan hiburan yang ditampilkan di Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta	Ordinal	17
		Keberagaman hiburan untuk kelompok umur yang berbeda di area lokasi festival	Tingkat keberagaman hiburan yng ditampilkan di Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta	Ordinal	18
<b>Behavioral Intention (Y)</b>	“ <i>Behavioral Intention</i> merupakan sebuah perilaku konsumen, dimana sering dihubungkan dengan kepuasan dari konsumen, karena behavioral intention terjadi ketika kepuasan telah tercipta sehingga sering dikaitkan dengan kepuasan konsumen.” (Dedeoglu et al .,2018).				

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/sub variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
1	2	3	4	5	6
<b>Revisit Intention</b>	Didefinisikan sebagai niat mengunjungi kembali mengacu pada niat seseorang untuk lebih memilih produk, merek, bisnis atau tujuan yang sama di masa (Zeithaml et al., 1996; Kim et al., 2009; Dedeoglu, Bilgihan, Ye, Buonincontri, & Okumus, 2018).	Kesediaan untuk mengunjungi ulang di masa depan.	Tingkat kesediaan untuk mengunjungi ulang Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta di masa depan	Ordinal	19
		Kecenderungan memilih sebagai pilihan pertama.	Tingkat kecenderungan untuk memilih Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta sebagai pilihan pertama	Ordinal	20
<b>Word of Mouth</b>	Adalah komunikasi santai antara orang-orang yang telah mengkonsumsi barang atau jasa dengan evaluasi yang mereka anggap sendiri, kepada orang-orang yang tertarik untuk mengalami barang atau jasa tersebut. (Jalilvand et al., 2017)	Kesediaan untuk merekomendasikan kepada teman/kerabat	Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta kepada teman dan kerabat	Ordinal	21
		Kesediaan untuk membicarakan hal-hal positif kepada teman/kerabat	Tingkat kesediaan untuk membicarakan hal-hal positif mengenai Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta kepada teman/kerabat	Ordinal	22

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/sub variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
1	2	3	4	5	6
		Kesediaan untuk memberikan dorongan teman/kerabat ke lokasi	Tingkat kesediaan untuk memberikan dorongan kepada teman/keluarga untuk berkunjung Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta.	Ordinal	23

Hasil pengolahan data, 2019

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan sumber data yang diperlukan untuk penelitian. berdasarkan sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder (Sekaran & Bougie, 2016a). Data primer adalah sebagai data yang dikumpulkan langsung untuk analisis selanjutnya untuk mencari solusi terhadap masalah yang diteliti. Dari penelitian ini data yang akan diambil yaitu data berupa tanggapan langsung dari pengunjung mengenai pengaruh *location and signage*, *program content*, *perceived crowdedness*, *price*, *comfort* dan *entertainment* untuk meningkatkan *behavioral intention*. Sedangkan data sekunder adalah data yang sudah ada dan tidak dikumpulkan oleh peneliti secara langsung.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan data dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 sebagai berikut :

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data Kunjungan Wisatawan Ke Jawa Barat Tahun 2015 – 2018.	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Budaya Jawa Barat



Tahun 2019.		
2.	Data Kunjungan Wisatawan ke Sekunder Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta 2015 – 2018.	Dinas Kepemudaan, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Purwakarta Tahun 2019
3.	Pra penelitian pengunjung Sekunder mengenai <i>behavioral intention</i> di Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta.	Responden
4.	Tanggapan pengunjung mengenai Primer <i>gastronomic festival attributes</i> di Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta.	Responden
5.	Tanggapan pengunjung mengenai Primer <i>behavioral intention</i> di Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta.	Responden

Sumber : Pengolahan data, 2019

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti (Sekaran & Roger, 2016). Dalam pengumpulan data akan selalu dihadapkan dengan objek yang akan diteliti baik itu berupa benda, manusia, dan aktivitasnya atau peristiwa yang terjadi. Populasi sangat dibutuhkan sebagai sumber data dalam penelitian karena dari populasi tersebut maka akan diperoleh suatu pemecahan masalah yang akan menunjang keberhasilan penelitian.

Berdasarkan pengertian dari populasi di atas maka yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung luar daerah Kab. Purwakarta yang berkunjung ke Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta sebanyak 195.648 orang pada tahun 2018, adapun data tersebut penulis dapatkan dari pihak Dinas Kepemudaan, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Purwakarta Tahun 2019.

### 3.2.4.2 Sampel

Dinyatakan oleh (Sekaran & Bougie, 2016a) bahwa sampel adalah bagian dari populasi. Penarikan sampel digunakan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Dengan adanya sampel maka waktu, tenaga dan biaya yang dikeluarkan akan lebih efisien. Indikator penting dalam pengujian desain sampel adalah seberapa baik sampel tersebut mewakili karakteristik populasi. Sedangkan menurut (Berenson et al, 2012) menyatakan bahwa sampel adalah populasi yang terpilih untuk selanjutnya dianalisis.

Penentuan ukuran sampel ( $n$ ) dan populasi ( $N$ ) dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Husein Umar (2008)

Keterangan:

$n$  = Sampel

$N$  = Populasi

$e$  = Kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir ( $e=0.05$ )

$$\begin{aligned} n &= \frac{195.648}{1 + 195.648(0.05)^2} \\ &= 399,183 \approx 400 \end{aligned}$$

Berdasarkan penentuan sampel dengan menggunakan rumus Slovin, maka diperoleh ukuran sampel ( $n$ ) sebanyak 400 responden.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016:240) Teknik sampling adalah suatu proses pemilihan sejumlah elemen dari populasi sehingga dengan mempelajari sampel akan kemungkinan untuk menggeneralisasi karakteristik element populasi. Sampling adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bagi peneliti untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut terhadap elemen populasi.

Terdapat dua tipe teknik sampling yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Dalam *probability sampling*, unsur-unsur dalam

populasi memiliki beberapa peluang atau probabilitas untuk dipilih sebagai sampel, sedangkan dalam *nonprobability sampling*, setiap elemen tidak memiliki peluang yang diketahui atau telah ditentukan sebelumnya dipilih sebagai sampel.

*Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Sampel *plobability* meliputi *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratification sampling*, dan *cluster sampling*. Sedangkan *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *systematic random sampling* yang merupakan bagian dari teknik *probability sampling*. Metode tersebut dipilih agar peneliti dapat dengan mudah menentukan objek untuk dijadikan sampel dengan tetap menerapkan aturan yang mana pada setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama. Langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan *systematic random sampling* sebagai berikut:

1. Menentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah pengunjung Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta.
2. Menentukan sebuah tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* merupakan pintu masuk dan area tengah Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta.
3. Menentukan waktu yang digunakan untuk menentukan sampling, dalam penelitian ini penulis mengambil sampling pukul 17.00-22.00 WIB.
4. Melaksanakan orientasi lapangan secara cermat, terutama pada check point. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama, atau dasar kepadatan pengunjung.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara, dengan pihak Dinas Kepemudaan, Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Purwakarta dengan mengadakan tanya jawab langsung mengenai Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta dan untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan. Wawancara juga dilakukan dengan maksud untuk mendapat informasi langsung dari responden. Responden dalam penelitian ini yaitu pengunjung Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta.
2. Observasi, atau dengan pengamatan langsung terhadap kegiatan dan keadaan Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta, khususnya mengenai *gastronomic festival attributes* dan *behavioral intention* di lokasi.
3. Studi literatur, yaitu pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti. Studi literatur tersebut didapat dari beberapa sumber, yaitu perpustakaan UPI, skripsi, jurnal, media elektronik (internet) mengenai *gastronomic festival attributes* dan *behavioral intention*.
4. Kuesioner, berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden setelah berkunjung dan pelaksanaan implementasi *gastronomic festival attributes* dan *behavioral intention*. Kuisisioner akan ditujukan kepada pengunjung Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta.

### 3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Dalam suatu penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.

Sebelum kuesioner digunakan untuk pengumpulan data yang sebenarnya, terlebih dahulu dilakukan uji coba kepada responden yang memiliki karakteristik

yang sama dengan karakteristik populasi penelitian. Uji coba dilakukan untuk mengetahui tingkat kesahihan (validitas) dan kekonsistenan (reliabilitas) alat ukur penelitian, sehingga diperoleh item-item pertanyaan -pertanyaan yang layak untuk digunakan sebagai alat ukur untuk pengumpulan data penelitian.

### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas merupakan cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditunjukkan untuk mengukur variabel tertentu (Sekaran & Bougie, 2016a). Validitas merupakan salah satu kriteria yang wajib dipenuhi agar suatu instrumen penelitian dapat dilaksanakan sebagai instrumen penelitian yang baik. Instrumen penelitian ini merupakan alat yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item dari pertanyaan dengan skor totalnya.

Rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrument adalah dengan rumus korelasi *product moment*, yaitu sebagai berikut :

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

$r_1$  = koefisien validitas item yang dicari

X = skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

$\sum X$  = jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$  = jumlah kuadrat masing-masing skor X

$\sum Y^2$  = jumlah kuadrat masing-masing skor Y

N = jumlah sampel atau banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$  dengan  $dk = n - 2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$
2. Item yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

3. Item yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan  $dk = n-2$ ,  $dk = 30 - 2 = 28$ , maka didapat nilai  $r$  tabel sebesar 0.361

Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 *for windows* tersebut diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Hasil uji validitas yang diajukan peneliti kepada 30 responden dapat dilihat pada Tabel 3.4 sebagai berikut:

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS *GASTRONOMIC FESTIVAL***  
***ATTRIBUTES* DAN *BEHAVIORAL INTENTION***

No.	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimpulan
<b><i>GASTRONOMIC FESTIVAL ATTRIBUTES (X)</i></b>				
<b><i>Location and Signage (X1)</i></b>				
1.	Tingkat kemudahan akses transportasi pengunjung ke Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta.	0.596	0.361	Valid
2.	Tingkat kemudahan pengunjung dalam menemukan lokasi Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta.	0.688	0.361	Valid
3.	Tingkat ketersediaan papan petunjuk arah.	0.556	0.361	Valid
4.	Tingkat kejelasan papan petunjuk arah.	0.720	0.361	Valid
<b><i>Program Content (X2)</i></b>				
5.	Tingkat kemenarikan Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta	0.543	0.361	Valid
6.	Tingkat keberagaman makanan yang tersedia di Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta	0.557	0.361	Valid
7.	Tingkat kemenarikan makanan yang tersedia di Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta	0.839	0.361	Valid
8.	Tingkat keberagaman acara dalam Wisata	0.851	0.361	Valid

Kuliner Tjeplak Purwakarta				
9.	Tingkat kemenarikan acara dalam Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta	0.904	0.361	Valid
<b><i>Perceived Crowdedness (X3)</i></b>				
10.	Tingkat keramaian Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta	0.725	0.361	Valid
11.	Tingkat kenyamanan bertransaksi di lokasi Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta pada saat ramai pengunjung.	0.850	0.361	Valid
12.	Tingkat kemudahan mengonsumsi makanan di lokasi Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta pada saat ramai pengunjung.	0.766	0.361	Valid
<b><i>Price (X4)</i></b>				
13.	Tingkat kesesuaian harga yang diberikan dengan kualitas rasa makanan dan minuman	0.867	0.361	Valid
14.	Tingkat kesesuaian harga yang diberikan dengan porsi makanan dan minuman yang diberikan	0.859	0.361	Valid
<b><i>Comfort (X5)</i></b>				
15.	Tingkat kebersihan di area Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta	0.856	0.361	Valid
16.	Tingkat keamanan di area Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta	0.860	0.361	Valid
<b><i>Entertainment (X6)</i></b>				
17.	Tingkat kemenarikan hiburan dan penampilan di Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta	0.883	0.361	Valid
18.	Tingkat keberagaman hiburan untuk kelompok umur yang berbeda di Wisata Kuliner Tjeplak	0.877	0.361	Valid
<b><i>BEHAVIORAL INTENTIONS (Y)</i></b>				

<b>Revisit Intention</b>				
19.	Tingkat kesediaan untuk mengunjungi ulang Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta di masa depan	0.589	0.361	Valid
20.	Tingkat kecenderungan untuk memilih Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta sebagai pilihan pertama	0.678	0.361	Valid
<b>Word-of-Mouth</b>				
21.	Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta kepada teman dan kerabat	0.802	0.361	Valid
22.	Tingkat kesediaan untuk membicarakan hal-hal positif mengenai Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta kepada teman/kerabat	0.919	0.361	Valid
23.	Tingkat kesediaan untuk memberikan dorongan kepada teman/keluarga untuk berkunjung ke Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta	0.536	0.361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2019

Berdasarkan Tabel 3.4 hasil dari pengujian validitas *gastronomic festival attributes* dan *behavioral intentions* dapat dikatakan bahwa pada setiap item pertanyaan dan pernyataan mengenai *gastronomic festival attributes* (X) dan *behavioral intentions* (Y) dapat dikatakan valid karena memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) sehingga pertanyaan dan pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur. Variabel *gastronomic festival attributes* (X) memiliki delapan belas item pertanyaan dan dinyatakan valid, nilai tertinggi terdapat pada dimensi *program content* (X2) pada “Tingkat kemenarikan acara dalam Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta” dengan nilai sebesar 0.904, dan dimensi *location and signage* (X1) pada item pertanyaan “Tingkat ketersediaan papan petunjuk arah.” memiliki nilai terendah sebesar 0.556. Sedangkan pada variabel *behavioral intention* (Y), item pertanyaan “Tingkat kesediaan untuk membicarakan hal-hal positif mengenai Wisata Kuliner



Tjeplak Purwakarta kepada teman/kerabat” dalam dimensi *word-of-mouth* memiliki nilai paling tinggi yaitu sebesar 0.919, dan item pertanyaan “Tingkat kesediaan untuk memberikan dorongan kepada teman/keluarga untuk berkunjung ke Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta” memiliki nilai terendah sebesar 0,536.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reabilitas

Menurut Uma Sekaran (2016:220) pengujian realibilitas menunjukkan seberapa konsisten alat ukur mengukur konsep apa pun yang diukurnya. Dapat disimpulkan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang memberikan hasil pengukuran yang terpercaya. Pengujian realibilitas menggunakan realibilitas internal menggunakan uji *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dikarenakan alternatif jawaban pada instrumen penelitian lebih dari dua. Rumus *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ \frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Sumber: Husein Umar (2009:170)

Keterangan:  $r_{11}$  = Reliabilitas instrumen  
 $k$  = Banyaknya butir pertanyaan  
 $\sum \sigma b^2$  = Jumlah varian total  
 $\sigma_1^2$  = Varian total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini:

$$\sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:  $\sigma_t^2$  = Varian total  
 $n$  = Jumlah sampel  
 $x$  = Nilai yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika instrumen dikatakan reliabel apabila *Cronbach alpha*  $> 0,70$ .
2. Jika instrumen dikatakan tidak reliabel *Cronbach alpha*  $< 0,70$ .

Jika angka *Alpha Cronbach* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya.

Berdasarkan hasil dari perhitungan SPSS *Statistics 20 for windows* diperoleh hasil reliabilitas pada table 3.5 berikut:

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS *GASTRONOMIC FESTIVAL***  
***ATTRIBUTES* DAN *BEHAVIORAL INTENTION***

No.	Variabel	$C\alpha$ hitung	$C\alpha$ minimal	Kesimpulan
1.	<i>Gastronomic Festival Attributes</i> (X)	0.712	0.700	Reliabel
2.	<i>Behavioral Intentions</i> (Y)	0.750	0.700	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019

Dapat dilihat dari Tabel 3.5 di atas hasil pengujian reliabilitas *gastronomic festival attributes* dan *behavioral intentions*, diketahui bahwa setiap item pertanyaan dan pernyataan dapat dikatakan reliabel karena nilai hitung Cronbach Alpha lebih besar dibandingkan dengan nilai minimal Cronbach Alpha yang bernilai 0.700. Variabel yang memiliki nilai tertinggi adalah *gastronomic festival attributes* dengan nilai Cronbach Alpha sebesar 0.712 sedangkan variabel *behavioral intentions* memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0.750.

### 3.2.6 Rancangan Analisis Data

Teknik analisis data yaitu cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data. Memberikan keterangan yang berguna dan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian merupakan tujuan dari pengolahan data, selanjutnya diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian.

#### 3.2.6.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain :

1. Analisis deskriptif tentang *gastronomic festival attributes* di Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta yang terdiri dari *location and signage, program content, perceived crowdedness, price, comfort* dan *entertainment*.
2. Analisis deskriptif tentang *behavioral intention* pengunjung Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta

Setelah dilakukannya analisis deskriptif, analisis berikutnya dilakukan setelah keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap berikut ini:

1. Menyusun data;

Penyusunan data dilakukan dengan memeriksa kelengkapan data mulai dari identitas responden hingga pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2. Memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul;

3. Tabulasi data;

- a. Memberikan skor pada setiap item,
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item,
- c. Mengubah jenis data, dan
- d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan yang pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut :

**TABEL 3.6**  
**ALTERNATIF JAWABAN MENURUT SKALA *LIKERT***

Alternatif Jawaban	Skala
Sangat setuju/selalu/sangat positif	5
Setuju/sering/ positif	4
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

Sumber : Riduwan (2013, hlm. 39)

4. Menganalisis data;

Kegiatan ini dilakukan dimulai dari pengolahan data-data yang diperoleh untuk kemudian dianalisis dengan menginterpretasi data berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus-rumus statistik.

### 3.2.6.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Setelah dilakukannya analisis deskriptif, analisis yang dilakukan selanjutnya dilakukan uji keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh *gastronomic festival attributes* terhadap *behavioral intention* di Wisata Kuliner Tjeplak Purwakarta.

Adapun yang menjadi variabel bebas (X) *gastronomic festival attributes* yang memiliki enam dimensi yang terdiri dari *location and signage* (X1), *program content* (X2), *perceived crowdedness* (X3), *price* (X4), *comfort* (X5), *entertainment* (X6). Dan yang merupakan variabel terikat (Y) adalah *behavioral intention*. Sehingga penelitian ini akan diteliti pengaruh *gastronomic festival attributes* (X) terhadap *behavioral intention* (Y).

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditemukan pasangan data *variabel independent* dengan *variabel dependent* serta akan ditemukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Untuk mendapatkan kelima variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang variabel-variabel tersebut.

#### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) *gastronomic festival attributes* yang memiliki enam dimensi yaitu *location and signage* (X1), *program content* (X2), *perceived crowdedness* (X3), *price* (X4), *comfort* (X5), *entertainment* (X6). Sedangkan variabel dependen (Y) adalah *behavioral intention* yang terdiri dari *revisit intention* dan *word-of-mouth*. Persamaan regresi linier berganda tiga variabel bebas tersebut dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

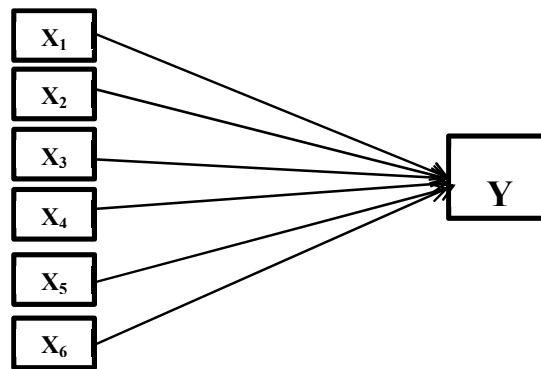
Keterangan: a = konstanta

b = koefisien regresi

Y = variabel dependent (variabel terkait)

X = variabel independent (variabel bebas)

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) *gastronomic festival attributes* yang memiliki enam dimensi yaitu *location and signage* (X1), *program content* (X2), *perceived crowdedness* (X3), *price* (X4), *comfort* (X5), *entertainment* (X6). Sedangkan variabel terikat (Y) adalah *behavioral intention* yang terdiri dari *revisit intention* dan *word-of-mouth*. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti gambar 3.1 berikut:



**GAMBAR 3.1**  
**ANALISIS REGRESI BERGANDA**

Keterangan:

- X<sub>1</sub> = *Location and signage*
- X<sub>2</sub> = *Program content*
- X<sub>3</sub> = *Perceived crowdedness*
- X<sub>4</sub> = *Price*
- X<sub>5</sub> = *Comfort*
- X<sub>6</sub> = *Entertainment*
- Y = *Behavioral intention*
- = Hubungan Kausalitas

Teknik analisis regresi linear berganda dilakukan dengan prosedur sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai

residual terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

b. Uji Asumsi Multikolineritas

Uji multikolineritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolineritas adalah nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolineritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

c. Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antar kesalahan pengganggu periode  $t$  (berada) dan kesalahan pengganggu periode  $t-1$  (sebelumnya).

d. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

2. Analisis Korelasi (R)

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara dua variabel atau lebih yang diteliti seperti variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$  dan  $X_6$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ) secara serentak dan menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara kedua variabel tersebut. Nilai  $R$  yaitu antara 0 sampai 1, maka jika nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi

semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

### 3. Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen  $X_1$  (*location and signage*),  $X_2$  (*program content*),  $X_3$  (*perceived crowdedness*),  $X_4$  (*price*),  $X_5$  (*comfort*) dan  $X_6$  (*entertainment*) secara serentak terhadap variabel dependen  $Y$  (*behavioral intention*). Koefisien ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar presentase variasi perubahan dalam satu variabel (dependen) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (independen).  $R^2 = 0$ , maka tidak ada sedikitpun presentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen.

#### 3.2.8 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat di percaya antara variabel independen dengan variabel dependen. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal yang merupakan skala yang mengandung unsur kategori atau penamaan juga menunjukkan peringkat atau urutan.

Rancangan hipotesis dalam penelitian ini dilakukan secara simultan dan parsial. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

##### 1. Secara Simultan

Pengujian secara simultan berfungsi untuk membuktikan bahwa setiap variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara serentak. Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya *gastronomic festival attributes* terdapat pengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention*
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima artinya *gastronomic festival attributes* tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention*

## 2. Secara Parsial

Kriteri pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara *location and signage* terhadap *behavioral intention*.  
Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *location and signage* terhadap *behavioral intention*.
- b. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara *program content* terhadap *behavioral intention*.  
Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *program content* terhadap *behavioral intention*.
- c. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara *perceived crowdedness* terhadap *behavioral intention*.  
Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *perceived crowdedness* terhadap *behavioral intention*.
- d. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara *price* terhadap *behavioral intention*.  
Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *price* terhadap *behavioral intention*.
- e. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara *comfort* terhadap *behavioral intention*.  
Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *comfort* terhadap *behavioral intention*.
- f. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara *entertainment* terhadap *behavioral intention*.  
Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *entertainment* terhadap *behavioral intention*.